

# **PENGEMASAN PESAN E-MARKETING PADA IKLAN PROMOSI BERBAYAR MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

**(Studi Kasus @Malangfoodies )**

## **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

Yuliana Sawitri

201510040311001

**Dosen Pembimbing :**

1. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom.
2. M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2020

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**YULIANA SAWITRI**

**201510040311001**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

**LULUS**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi

Pada hari Jum'at, 20 November 2020

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Muslimin Machmud, M.Si**

( *Muslimin Machmud* )

2. **Nasrullah, M.Si**

( *Nasrullah* )

3. **Zen Amirudin, M.Med.Kom**

( *Zen Amirudin* )

4. **M. Himawan Sutanto, M.Si**

( *Himawan Sutanto* )

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si**

**PENGEMASAN PESAN *E-MARKETING* PADA IKLAN PROMOSI  
BERBAYAR MELALUI MEDIA INSTAGRAM  
( STUDI KASUS @MALANGFOODIES )**

Diajukan Oleh :

**YULIANA SAWITRI**  
201510040311001

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Jum'at* / 20 November 2020

Pembimbing I



**Zen Amirudin, M.Med.Kom**

Pembimbing II



**M.Himawan Sutanto, M.Si**

Wakil Dekan I Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Dyah Estu Kurniawati, M.Si**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**M. Himawan Sutanto, M.Si**

## LEMBAR DETEKSI PLAGIASI

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29  
TENTANG  
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:\*)

**Pengemasan Pesan *E-Marketing* Pada Iklan Promosi Berbayar Melalui Media Instagram  
(Studi Kasus @Malangfoodies)**

Oleh:

Nama : Yuliana Sawitri

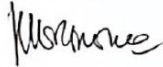
NIM : 201510040311001

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang 11 November 2020

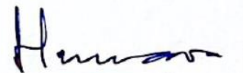
Pembimbing I/Promotor



Zen Amirudin. M.Med.Kom

NIP.10305010410

Pembimbing II/Promotor



M. Himawan Sutanto. M.S.i

NIP. 10303090397

(\*) Coret yang tidak perlu

## SURAT PERNYATAAN



### FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial \* Ilmu Pemerintahan \* Ilmu Komunikasi \* Sosiologi \* Hubungan Internasional

Kampus III : Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. 0341-464316-19 Fax. 0341-460435, 460782, 466321 Malang 65144  
E-mail :

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yuliana Sawitri  
NIM : 201510040311001  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : Pengemasan Pesan *E-Marketing* Pada Iklan Promosi Berbayar Melalui Media Instagram (Studi Kasus @Malangfoodies)  
Adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 November 2020  
Yang Menyatakan,

  
Yuliana Sawitri



## ABSTRAKSI

Yuliana Sawitri, 201510040311001, **Pengemasan Pesan *E-Marketing* Pada Iklan Promosi Berbayar Melalui Media Instagram (Studi Kasus @Malangfoodies)**. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Pembimbing I : Zen Amirudin, S.Sos., M. Med.Kom dan Pembimbing II : M. Himawan Sutanto, S.Sos., M. Si.

**Kata Kunci : *E-Marketing*, Pengemasan Pesan, Iklan Promosi Berbayar**

## ABSTRAKSI

*E-marketing* merupakan komunikasi pemasaran modern berbasis internet untuk memasarkan produk barang maupun jasa. Dengan memanfaatkan *e-marketing* kegiatan promosi melalui internet memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara lebih luas dan intensif. Melakukan pemasaran lewat internet diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui akun @Malangfoodies sebagai akun portal kuliner yang menginformasikan kuliner-kuliner yang ada di kota Malang yang belum banyak diketahui oleh masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana proses pengemasan pesan *e-marketing* pada iklan promosi berbayar melalui media Instagram dalam memasarkan produk kuliner di kota Malang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara. Data pada penelitian ini selanjutnya dianalisis menggunakan teori AIDA (Wilbur Schramm) untuk mendeskripsikan perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator yaitu @Malangfoodies.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana proses pengemasan pesan *e-marketing* @Malangfoodies dapat tersampaikan dengan baik melalui rancangan pesan yang sudah dibuat. Proses rancangan pesan tersebut terdiri dari merancang pesan, isi pesan, format pesan, struktur pesan, sumber pesan dan saluran pesan. Hasil penelitian menunjukkan @Malangfoodies menggunakan empat proses pengemasan pesan *e-marketing* dalam memasarkan produknya melalui iklan promosi berbayar berupa poster promo. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengemasan pesan yang dilakukan @Malangfoodies menjadi tolak ukur keberhasilan sebagai akun portal kuliner yang aktif dalam menyampaikan informasi dan promo-promo kuliner di kota Malang.

Peneliti,

Yuliana Sawitri

Pembimbing I

Menyetujui

Pembimbing II



Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom



M. Himawan Sutanto, S.Sos., M. Si

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karuniaNya, sehingga peneliti telah menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengemasan Pesan *E-Marketing* Pada Iklan Promosi Berbayar Melalui Media Instagram (Studi Kasus @Malangfoodies)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Strata 1 (S1) di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan yang berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Allah SWT dan Rasulullah SAW yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
2. Kepada bapak Zen Amirudin, M. Med.Kom dan bapak M. Himawan Sutanto, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah meluangkan banyak waktu, kesabaran, dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan saya, sehingga skripsi saya dapat selesai pada waktunya.
3. Kepada kedua orang tua dan keluarga di rumah yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk anak nya agar terus semangat dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman-teman dekat saya SuGeng dan SadGirls yang selalu mendukung dan membantu saya dikala putus asa.
5. Kepada musik EDM dan Bass Boosted 8D audio yang selalu menemani saya ketika mengerjakan skripsi.
6. Kepada film, drama, dan anime yang selalu ada ketika saya butuh refresing.

7. Kepada laptop saya yang sudah mau bertahan sampai saat ini dengan keadaan serapuh-rapuhnya. Berkat laptop saya ini juga lah saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Kepada kamar kos yang selalu memberikan nyaman dan ketentraman.
9. Serta terimakasih saya ucapkan sebanyak-banyaknya kepada orang-orang baik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, semoga selalu dilancarkan segala urusan dan rezeky nya.

Penulis sangat menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna yang tak luput dari segala kesalahan. Sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peniliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 15 November 2020

Penulis

Yuliana Sawitri



## Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR DETEKSI PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Bagan.....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Peneltian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1    Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.1    Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2    Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.3    Sistem Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4    Bauran Komunikasi Pemasaran (Marketing Mix) .....	15
2.1.5    Strategi Komunikasi Pemasaran Modern .....	16
2.2    E – Marketing.....	17
2.3    Strategi Pengemasan Pesan .....	23
2.4    Promosi Penjualan .....	24
2.5    Iklan .....	25
A.    Fungsi Periklanan .....	26

B. Tujuan Periklanan .....	27
2.6 Media Sosial .....	28
2.6.1 Instagram .....	29
2.6.2 Fitur-fitur Instagram .....	30
2.6.3 Instagram Sebagai Media Iklan Promosi Berbayar .....	31
2.7 Landasan Teori .....	37
Teori AIDA .....	37
2.8 Penelitian Terdahulu .....	38
2.9 Fokus Penelitian .....	40
BAB III .....	41
METODE PENELITIAN .....	41
3.1 Pendekatan Penelitian .....	41
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian .....	41
3.2.1 Tipe Penelitian .....	41
3.2.2 Dasar Penelitian .....	42
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
3.4 Subjek Penelitian .....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.6 Teknik Analisis Data .....	45
3.7 Uji Validasi Data .....	46
BAB IV .....	47
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	47
4.1 Gambaran Umum Akun Portal Kuliner @Malangfoodies .....	47
4.2 Visi dan Misi @Malangfoodies .....	53
4.3 Kegiatan Usaha .....	53
4.4 Struktur Kepengurusan @Malangfoodies .....	54
4.5 Bauran Pemasaran @Malangfoodies .....	55
4.6 Poster Iklan Promosi Berbayar @Malangfoodies .....	56
BAB V .....	59
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	59
5.1 Deskripsi Subyek Penelitian .....	60

5.2	Proses <i>E-Marketing</i> @Malangfoodies .....	62
A.	<i>Search Engine Optimization</i> .....	63
B.	Promosi Online.....	65
C.	Menghubungkan Timbal Balik.....	65
D.	Media Sosial.....	65
E.	Program Afiliiasi .....	66
5.3	Strategi Pemasaran <i>E-Marketing</i> @Malangfoodies.....	67
5.4	Pengemasan Pesan <i>E-Marketing</i> @Malangfoodies .....	70
5.4.1	Merancang Pesan .....	72
5.4.2	Isi Pesan.....	77
5.4.3	Format Pesan .....	82
5.4.4	Struktur Pesan .....	84
5.4.5	Sumber Pesan dan Saluran Pesan.....	86
5.5	Instagram Sebagai Media Iklan Promosi Berbayar .....	88
5.6	Respon <i>Followers</i> Terhadap Pengemasan Pesan <i>E-Marketing</i> @Malangfoodies 89	
5.7	Diagram Alir Proses Pengemasan Pesan <i>E Marketing</i> @Malangfoodies .....	98
5.8	Diskusi Hasil Pembahasan .....	99
BAB VI	.....	106
KESIMPULAN	.....	106
6.1	Kesimpulan.....	106
6.2	Saran .....	109
6.2.1	Saran Akademis .....	109
6.2.2	Saran Praktis .....	109
Draft Wawancara @Malangfoodies	.....	110
Draft Wawancara Responden	.....	111
Daftar Pustaka	.....	112

## Daftar Gambar

gambar 1 proses komunikasi Kotler.....	13
gambar 2 tahapan strategi komsar modern .....	16
gambar 3 poster promo foodies .....	33
gambar 4 poster promo foodies shake me .....	33
gambar 5 Rate Card @Malangfoodies .....	33
gambar 6 Analisa Data Kualitatif Miles .....	45
gambar 7 Profil Instagram @Malangfoodies.....	47
gambar 8 Rate Card @Malangfoodies .....	50
gambar 9 Poster Iklan Promosi Berbayar Mie Galau.....	56
gambar 10 Poster Iklan Promosi Berbayar Ayam Nelongso .....	57
gambar 11 Poster Iklan Promosi Berbayar Geprek Kak Rose .....	57
gambar 12 Poster Iklan Promosi Berbayar Geprek Benu .....	58
gambar 13 Poster Iklan Promosi Berbayar Chickenarmy.id.....	58
gambar 14 <i>Analytic system / insight</i> @Malangfoodies .....	64
gambar 15 Foto Feed Instagram @Malangfoodies .....	72
gambar 16 Foto Konten Poster Promo @Malangfoodies.....	77
gambar 17 Interest dan Action Poster Promo @Malangfoodies .....	81
gambar 18 Poster Promo dan Caption Instagram @Malangfoodies .....	83
gambar 19 Respon Postingan Poster Promo @Malangfoodies.....	84
gambar 20 Insight Postingan Promo @Malangfoodies .....	105

### **Daftar Tabel**

Tabel 1 Feed Photo/video .....	34
Tabel 2 post poster .....	34
Tabel 3 Stories .....	35
Tabel 4 Evnet Organizer.....	36
Tabel 5 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 6 Poster .....	51
Tabel 7 Identitas Subyek Penelitian .....	60
Tabel 8 Teori AIDA .....	80

### **Daftar Bagan**

Bagan 1 Struktur Kepengurusan @malangfoodies .....	54
Bagan 2 Bagan Strategi Pemasaran @Malangfoodies .....	69
Bagan 3 Bagan Strategi Pemasaran @Malangfoodies .....	69
Bagan 4.....	71
Bagan 5 Flow Chart Komunikasi Pemasaran @Malangfoodies .....	98
Bagan 6 4p @Malangfoodies .....	102



## **Daftar Pustaka**

### **Buku :**

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Devis, Joel J. 2013. Penelitian Periklanan : Teori dan Praktik edisi 2. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Liliweri, Alo. 1992. Dasar-dasar Komunikasi Periklanan. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. MANAJEMEN PEMASARAN JASA Berbasis Kompetensi edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Machmud, Muslimin. 2016. Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. Malang: Penerbit Salaras.
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. Media Sosial. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Nurudin. 2017. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT.Raja Grafindo.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pada Era Media Sosial. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT.Remaja Rosadakarya.
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.

Stake, Robert E. 1994. "Case Studies" in Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln (eds.). "Handbook of Qualitative Research", Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.

**Jurnal dan Skripsi :**

Amin, Arukhul. 2017. *PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi pada Pengguna Instagram di Rumah Makan Baegopa House of Hungry)*. <http://eprints.umm.ac.id/36971/> (Diakses Pada 06 Mei 2019, Pukul 21:05 WIB)

Demirasari, Ardita Putri. 2016. *STRATEGI PEMILIHAN ENDORSER DALAM UPAYA PROMOSI PRODUK HIJAB OLEH ONLINE SHOP DI INSTAGRAM (Studi Pada Owner Online Shop Anggrek Hijab, Arascraf, Hijab House by Windy dan Rumah Daisy)*. <http://eprints.umm.ac.id/45999/> (Diakses Pada 06 Mei 2019, Pukul 21:10 WIB)

Margaretha, Sherly, Widayatmoko, dan M. Adi Pribadi. 2012. Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun *Brand Association*. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/48> (Diakses pada 30 Maret 2019, 20:36 WIB)

Nurrokhman, Kristiawan Hadi (2019) *PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RENTAL FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI DI KOTA MALANG (Studi pada Pengelola Kamera Malang)*. <http://eprints.umm.ac.id/44675/> (Diakses Pada 17 Juli 2019, Pukul 11:20 WIB)

Rahmawati, Dewi. 2016. *PEMILIHAN DAN PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/> (Diakses Pada 29 April 2019, Pukul 19:41 WIB)

Rastama, Febbi. 2018. *PENGEMASAN E-MARKETING BISNIS KULINER DIMALANG* (Studi Pada Divisi Marketing Saboten Shokudo). <http://eprints.umm.ac.id/40873/> (Diakses Pada 06 Mei 2019, Pukul 21:05 WIB)

Rifqy Aliansyah, Muhammad dan Dini Salmiyah. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram. [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/137743/jurnal\\_eproc/strategi-komunikasi-pemasaran-melalui-media-instagram-studi-kasus-forever-young-crew.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/137743/jurnal_eproc/strategi-komunikasi-pemasaran-melalui-media-instagram-studi-kasus-forever-young-crew.pdf). (Diakses Pada 17 Juli 2019, Pukul 15: 31 WIB)

Thoras Maragal, Andrew dan F. Anita Herawati. 2015. EFEKTIVITAS *PAID PROMOTE* PADA AKUN INSTAGRAM DAGELAN. <http://e-journal.uajy.ac.id/9563/> (Diakses Pada 17 Juli 2019, Pukul 15: 45 WIB)

Yusuf, Aris Khoironi. 2015. *Strategi Promosi Online Shop pada Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan*. <http://eprints.umm.ac.id/22660/> (Diakses Pada 09 Mei 2019, 14:23 WIB)

### **Wawancara**

Sawitri, Yuliana. 2020. “Pengemasan Pesan *E-Marketing* dan Profil @Malangfoodies”. *Hasil Wawancara Pribadi* : 08 Oktober 2019, Malang

### **Internet :**

Azhar. 2018. 18 Data Statistik Instagram yang Harus Diketahui Pebisnis Online Di Tahun 2018.. [https://digitalentrepreneur.id/data-statistik-instagram/?bot\\_test=1](https://digitalentrepreneur.id/data-statistik-instagram/?bot_test=1) (Diakses Pada 17 Juli 2019, Pukul 16:27 WIB)

Rahardjo, Mudjia. 2017. STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>

PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : YUGANA SAWITRI  
NIM : 20510090311001

Hasil Plagiasi : 9/11

BAB I	60	10			
BAB II	63	4			
BAB III	59	11			

BAB IV	4				
BAB V	13				
BAB VI	10				

Malang, 10-11-2020  
Admin Plagiasi Prodi,  
M. Dasuki

25

Hasil Plagiasi:  
BAB I  
BAB II  
BAB III

